
Miguel Ángel Casado Del Río
miguelangel.casado@ehu.eus
Profesor Adjunto.
Departamento de
Comunicación Audiovisual y
Publicidad. Universidad del País
Vasco. España.

Josep Àngel Guimerà i Orts
JosepAngel.Guimera@uab.cat
Profesor Agregado Interino.
Departament de Comunicació
Audiovisual i Publicitat,
Universitat Autònoma de
Barcelona. España.

Juan Carlos Miguel De Bustos
jc.miguel@ehu.eus
Catedrático. Departamento de
Comunicación Audiovisual y
Publicidad, Universidad del País
Vasco. España.

Recibido
4 de noviembre de 2015
Aprobado
3 de junio de 2016

© 2016
Communication & Society
ISSN 0214-0039
E ISSN 2386-7876
doi: 10.15581/003.29.4.sp.9-28
www.communication-society.com

2016 – Vol. 29(4)
pp. 9-28

Cómo citar este artículo:
Casado Del Río, M.A., Guimerà i
Orts, J.A. & Miguel De Bustos, J.C.
(2016). Impacto de los recortes en
las televisiones autonómicas en la
industria audiovisual: los casos de
Euskadi y Cataluña (2007-2014).
Communication & Society 29(4), 9-
28.

Impacto de los recortes en las televisiones autonómicas en la industria audiovisual: los casos de Euskadi y Cataluña (2007-2014)

Resumen

Las televisiones públicas autonómicas han sido un motor fundamental en el desarrollo de sectores locales independientes de producción audiovisual en las diferentes autonomías donde existen. El audiovisual ha sido visto desde las instituciones como un agente central de desarrollo económico y de creación de lugares de trabajo, hecho que llevó a partir de finales de los noventa a intensificar las políticas de ayuda al sector. Pero la crisis económica ha tenido un fuerte impacto en los presupuestos de esas instituciones y, en especial, en las corporaciones radiotelevisivas. Esto se ha traducido en recortes en el gasto de los entes, que a su vez han comportado fuertes reducciones en las partidas destinadas a la compra de contenidos. El artículo cuantifica y analiza la dimensión de esos recortes y su impacto sobre los sectores la producción en Cataluña y Euskadi, dos comunidades pioneras en la creación de televisiones autonómicas y con dos de los entes más desarrollados de España. El artículo muestra la evolución de los presupuestos de las corporaciones y cómo se han reducido las partidas destinadas a la compra de contenidos. Posteriormente, analiza el impacto de esos recortes sobre el sector independiente, tanto en su estructura, el número de trabajadores que ocupa y la facturación del conjunto de empresas estudiadas. El artículo aporta por primera vez datos cuantitativos originales que permiten conocer las implicaciones reales de las políticas de recortes.

Palabras clave

Televisión autonómica, industria audiovisual, políticas de comunicación, crisis económica, Cataluña, Euskadi

1. Introducción

La naturaleza simbólica y cultural de las obras audiovisuales las ha hecho merecedoras de una particular atención en aras de la protección de la capacidad creadora y la identidad cultural de las comunidades. Dentro de estas medidas las políticas sobre los operadores de televisión

en forma de cuotas u obligaciones de inversión han ocupado un lugar clave para permitir la creación audiovisual fuera de los grandes centros de producción mundial.

En los últimos años, a medida que ganaba peso económico, el sector audiovisual ha estado en el centro de muchos discursos políticos como herramienta fundamental para el desarrollo económico en las regiones y las ciudades dentro del marco más amplio del desarrollo de las industrias culturales y creativas, mientras que las consideraciones culturales han ido perdiendo peso en estas políticas. En el caso de España, este movimiento ha estado especialmente localizado en las políticas de las comunidades autónomas que aumentaron de manera notable su inversión en el sector audiovisual desde los primeros años del siglo XXI.

En esta estrategia de promoción del audiovisual, las televisiones autonómicas son un actor clave, ya que actuaban como principales clientes y motores de la incipiente industria audiovisual local. En muchas comunidades se fortalecieron estos entes mientras que otras en las que no había se crearon nuevos. Mientras que las leyes de creación de las televisiones autonómicas hacían referencia únicamente a la promoción de la cultura local, las nuevas leyes y los mandatos marco incluían la promoción del sector audiovisual como una de las obligaciones de servicio público de los entes de radiotelevisión autonómicos.

Pero el estallido de la crisis económica a partir de 2008 y su conversión en una crisis financiera de las administraciones públicas a partir de 2010 ha supuesto un freno a estas políticas debido a los recortes presupuestarios, especialmente intensos en los estados del sur de Europa. En este artículo se tratará de analizar cómo han modificado estos recortes las políticas de fomento del sector audiovisual que desarrollan las televisiones públicas autonómicas y qué consecuencias han tenido sobre los sectores audiovisuales de cada comunidad. Para este análisis tomaremos como objetos de estudio los casos de Cataluña y Euskadi. Al tratarse de dos de las televisiones autonómicas “históricas” –las primeras en comenzar sus emisiones– y con un mayor peso presupuestario se considera que su análisis puede aportar más información sobre la naturaleza del impacto que en otras televisiones autonómicas de dimensión más limitada y con menor capacidad de tracción sobre la industria audiovisual de sus comunidades (Casado, 2012; Guimerà & Blasco, 2012).

El objetivo de este trabajo es doble. El primero, describir los recortes sufridos por las partidas presupuestarias de las radiotelevisiones autonómicas para encargos de producción a terceros. No existen estudios actualizados que hayan dibujado la evolución del sector en el contexto de la crisis, con lo cual este artículo puede aportar conocimiento original sobre el sector. El segundo, analizar el impacto que han tenido estos recortes en el tejido empresarial del sector audiovisual en las comunidades autónomas (CC.AA.).

En este artículo se presenta en primer lugar el marco normativo en el que se encuadra esta política de promoción del sector audiovisual. Posteriormente se desarrolla la metodología empleada para el estudio y, por último, se presenta el trabajo de análisis y las conclusiones.

2. Estado de la cuestión

Como se ha señalado en la introducción, el desarrollo de estas políticas de fomento del audiovisual se sitúa dentro del marco más amplio del auge de las industrias creativas. Desde una perspectiva crítica Garnham señala que esta promoción de las industrias creativas llevaba “dos ideas implícitas: que las industrias creativas son el nuevo sector clave de crecimiento de la economía, tanto nacional como global y que son la fuente del futuro crecimiento del empleo y de las exportaciones” (Garnham, 2011: 40). En esta línea han sido muy influyentes los trabajos de Florida (2002, 2005) que hablaban de la importancia de la presencia de la clase creativa para el desarrollo económico (artistas, escritores, actores, pero también diseñadores o arquitectos). En cualquier caso, como muestra el análisis de

Evans (2009) sobre las políticas de “desarrollo creativo”, en la mayoría de los casos el audiovisual es uno de los ejes sobre los que se desarrollan estas estrategias.

Dentro de este papel clave de la industria audiovisual, las televisiones, y particularmente las públicas, tienen la responsabilidad de actuar como motor del desarrollo de este sector. Los medios públicos pasan de limitarse a buscar programas de calidad para sus espectadores a tener como una de sus misiones esenciales contribuir al desarrollo de las industrias audiovisuales independientes de sus respectivos territorios. En el caso de la BBC, que puede ser considerado el más paradigmático dentro de los medios públicos, se han llevado a cabo acciones tanto para fortalecer el sector de producción independiente como para descentralizar las operaciones y generar desarrollo en las demás regiones. En la primera acción se puede señalar por un lado, el papel central que la BBC ocupaba en la estrategia “Digital Britain” (Department for Culture, Media and Sport, 2009) para actuar como motor de las industrias culturales y creativas y, por otro, la apertura de la llamada “ventana de creación competitiva” que abría a los productores independientes la posibilidad de ocupar un mayor espacio dentro de las inversiones de la BBC compitiendo con la producción interna del ente público para lograr la financiación de proyectos (Turner & Lourenco, 2011). En el terreno de la descentralización, además de la cuota de producción fuera de Londres del 10% (“out of London quota”), se han desarrollado estrategias hacia otras regiones inglesas (Noonan, 2012) u otras naciones del Reino Unido (Hibberd, 2008). Otros medios públicos europeos también han desarrollado estrategias para apoyar al sector independiente, como el *media fund* holandés que replicaba la inversión en proyectos que realizaba la televisión pública (Donders & Raats, 2015).

En el caso español la particular estructura de sistema de radiotelevisión público, con un operador estatal y diferentes operadores autonómicos, hace más compleja la relación del sistema audiovisual entre centro y periferia. El grueso de la industria audiovisual ha estado tradicionalmente concentrado en la comunidad de Madrid¹ alrededor de los operadores de televisión, primero públicos y desde los 90 también privados. El papel de la industria audiovisual fuera de Madrid ha sido muy limitado. No fue hasta el nacimiento de las primeras televisiones autonómicas a principios de los 80 cuando se ponen en marcha las primeras medidas para desarrollar el sector audiovisual en las comunidades de Cataluña, Euskadi y Galicia. En este caso se trataba de medidas de carácter fundamentalmente cultural, alejadas de la visión industrial de los últimos años, que buscaban sobre todo la creación de obras audiovisuales en la lengua propia de las comunidades y la recuperación de la identidad cultural tras el franquismo (Casado del Río, 2012).

Aunque durante estos primeros años se hacen unos esfuerzos notables, es con la transposición de la directiva de Televisión sin Fronteras cuando se comienzan a desarrollar unas políticas más ambiciosas. Esta normativa implica la obligatoriedad de programar al menos la mitad de obras europeas. Sin embargo, en España su transposición al ordenamiento jurídico –tanto en la norma inicial como en las posteriores– iba más allá y obligaba a las televisiones a invertir el 5% de sus ingresos en producción audiovisual europea. Esta norma fue modificada en 2010 por la ley general de audiovisual que elevó esta obligación al 6% en el caso de los operadores públicos e incluyó también la posibilidad de computar series dentro de la inversión que antes estaba exclusivamente destinada a cine. Mientras se producían estos cambios normativos se desarrollaba más el sistema de televisión autonómica con los entes de segunda y tercera generación (Guimerà & Blasco Gil, 2012) que nacían ya con una vocación de generar un tejido industrial en sus comunidades.

¹ Aunque históricamente no siempre ha sido así, antes de la dictadura Barcelona era un centro de producción cinematográfica tanto o más importante que Madrid (Forn, 1989: 34-35).

Esta norma implicó la puesta a disposición del sector de una importante cantidad de recursos de los que antes no se disponía de una manera estable. Estos recursos, junto con las cantidades destinadas por los departamentos de cultura de las comunidades autónomas, pusieron en marcha unas políticas audiovisuales más ambiciosas que buscaban conceder al audiovisual un lugar más destacado dentro de la industria local (Casado del Río, 2012). El desarrollo de estas políticas comenzó también a tener eco en el terreno de la investigación con trabajos que analizaban estas incipientes políticas de promoción del audiovisual en comunidades autónomas como Andalucía (Fernández Soriano, 1999; Fernández-Quijada, 2009), Cataluña (Fernández-Quijada, 2008), Extremadura (Vacas, 2001) o más recientemente de la industria audiovisual en Aragón (Manero & Oribe Serrano, 2013) y en Valencia tras el cierre de Canal 9 (Marzal Felici, Izquierdo Castillo & Casero Ripollés, 2015; Marzal Felici, 2015).

Esta misión sobre la industria audiovisual se ha sumado a las obligaciones de casi todos los entes públicos (Miguel de Bustos & Casado del Río, 2015). En el caso concreto de las televisiones autonómicas, Zallo (2015) resalta su misión de “impulsar la producción propia interna y externa de programas, a fin de aprovechar los recursos humanos de la RTV pública y promover el desarrollo de una industria audiovisual fuerte y estratégica en el tejido industrial, económico y profesional del país. Con especial sensibilidad para la producción audiovisual independiente, con el consiguiente fomento de la creación y de la producción de contenidos propios”.

Como consecuencia de este proceso se desarrollaron, en mayor o menor medida, sectores audiovisuales en las diferentes comunidades autónomas que tenían como principal –y en la mayoría de los casos como único– cliente, a sus respectivas televisiones autonómicas. En el caso de Andalucía o Euskadi, por ejemplo, los trabajos de Fernández-Quijada sitúan en cerca del 90% la producción televisiva destinada a sus respectivas televisiones autonómicas (Fernández-Quijada, 2009 y 2010). Parece obvio pensar por tanto que los recortes de presupuesto que han sufridos las radiotelevisiones públicas autonómicas han supuesto un importante impacto negativo para estos sectores.

Sin embargo, a pesar de lo “obvio” de esta relación apenas existen datos publicados sobre las implicaciones reales de estas políticas sobre el sector. Así, el objetivo de esta investigación es cuantificar el impacto de los recortes de las televisiones autonómicas sobre el sector de la producción audiovisual en las comunidades autónomas de Euskadi y Cataluña. Este objetivo se sitúa además en la necesidad señalada por la Unión Europea de Radiodifusión de que las radiotelevisiones públicas justifiquen de manera clara su contribución a la sociedad, más allá de meros índices de audiencia (EBU, 2014). El impacto se valorará en términos de facturación y número de empresas en el sector. El estudio se centra en estas dos comunidades ya que se trata de las dos con mayor volumen de facturación en el sector tras la comunidad de Madrid según los datos de FAPAE (FAPAE, 2013).

3. Metodología

La búsqueda del impacto económico se ha desarrollado sobre técnicas cuantitativas a partir del análisis de diferentes bases de datos. En este terreno se han considerado tres indicadores: el número de empresas de producción audiovisual, sus empleados y la facturación de las mismas. Los datos de empleo y empresas se han obtenido de dos fuentes: por un lado, la base de datos SABI² que recoge datos del registro mercantil y por otro lado el Instituto Nacional de Estadística (INE). Los datos de facturación se han obtenido de SABI.

² SABI contiene detallada sobre empresas de España y Portugal con hasta 25 años de historial financiero por empresa. Incluye entre otros aspectos: Nombre de la empresa, nombres anteriores de la empresa, número de registro, dirección, teléfono, dirección, web, email y dependencias; Descripción actividad, marcas, códigos

La primera cuestión a considerar en este punto es qué empresas se tienen en cuenta para medir el impacto en el sector de la producción audiovisual. Ante la imposibilidad de analizar todas y cada una de las empresas productoras se ha optado por elegir aquellas agrupadas dentro de las principales asociaciones de productores audiovisuales de Euskadi y de Cataluña. En el caso de Euskadi se consideran las empresas dentro de la Asociación de Productores Independientes del País Vasco (IBAIA) (35) y de la Asociación de Productores Vascos (EPE-APV) (30), mientras que en el caso de Catalunya el listado de empresas se obtiene a partir de la federación PROA (Productors Audiovisuals Federats) (90)³. Del total de empresas del listado, 64 catalanas y 37 vascas aparecen en SABI, lo que supone un 56% en el caso de las empresas vascas y un 71% en el caso de las catalanas. La muestra obtenida puede tener limitaciones a la hora de generalizar los resultados, pero el hecho de haberla obtenido aleatoriamente y la diversidad de empresas que incluye (tamaño, relación con el ente) la convierte en una muestra de suficiente calidad para detectar grandes tendencias. En cualquier caso, la mayoría de las empresas que no aparecen en la base de datos SABI son de unas proporciones muy limitadas y responden al modelo de micropyme tan extendido en el sector audiovisual (Juarez, 2015; Rotaeche, 2015) por lo que se puede suponer que su incorporación no hubiese variado sustancialmente los resultados de la muestra.

Los datos del INE incluidos en el trabajo se refieren al número de empresas dentro del epígrafe 591 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE): “Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión”. Dentro de este epígrafe se contienen los siguientes: 5912 Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión; 5914 Actividades de exhibición cinematográfica; 5915 Actividades de producción cinematográfica y de vídeo; 5916 Actividades de producción de programas de televisión; 5917 Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo; 5918 Actividades de distribución de programas de televisión. El número de empresas del sector se presenta teniendo en cuenta estos subepígrafes. Sin embargo, en el caso del número de empresas por empleados el INE no facilita la información relativa a estos subepígrafes y sólo se puede considerar la cifra global de empresas dentro del epígrafe general 591. En cualquier caso, aunque excede de las categorías de producción a las que se refiere fundamentalmente este artículo consideramos interesante e incluimos este dato ya que nos posibilita contemplar también el impacto en otras ramas auxiliares como las de postproducción.

En lo referente a las televisiones autonómicas se consideran fundamentalmente las memorias anuales así como los presupuestos anuales para ofrecer sus datos. En el caso de los datos presupuestarios es importante tener en cuenta que estos no siempre se ajustan exactamente al gasto finalmente ejecutado, pero se ha optado por realizar la aproximación a partir de estos datos porque aunque no muestren el gasto realmente realizado presentan una tendencia clara sobre el modo en que pretenden desarrollar la actividad y, además, permiten incluir los últimos años dentro del análisis.

La relación entre las productoras audiovisuales y las radiotelevisiones públicas es difícilmente explicable a través de métodos cuantitativos ya que implicaría el acceso a datos de facturación concreta de cada empresa y el peso que dentro de ellos tiene la televisión pública a los que no se ha tenido acceso. En este sentido, para tratar de comprender lo mejor posible la relación del sector con las radiotelevisiones públicas autonómicas se han realizado diferentes entrevistas semiestructuradas abiertas tanto a responsables de las corporaciones públicas como del sector de la producción (principales asociaciones y

CNAE/CAE primarios y secundarios, códigos US SIC, NAICS y NACE y grupos de comparación estándar <https://sabi.bvdinfo.com/version-2016518/home.serv?product=sabineo>.

³ En el caso de PROA, el número de asociados surge del cruce de dos listados de miembros de la federación elaborados en diferentes momentos de 2015. Por lo tanto, no corresponde al número de asociados en un momento concreto debido a las altas y bajas a lo largo de ese año.

clústers)⁴. Con esta técnica cualitativa se ha intentado captar la valoración que todos los actores implicados hacen del papel de EITB y la CCMA sobre el sector y se han obtenido elementos interpretativos que permiten profundizar en el significado práctico de los datos cuantitativos, una de las principales virtudes de esta técnica de investigación (Soriano, 2007).

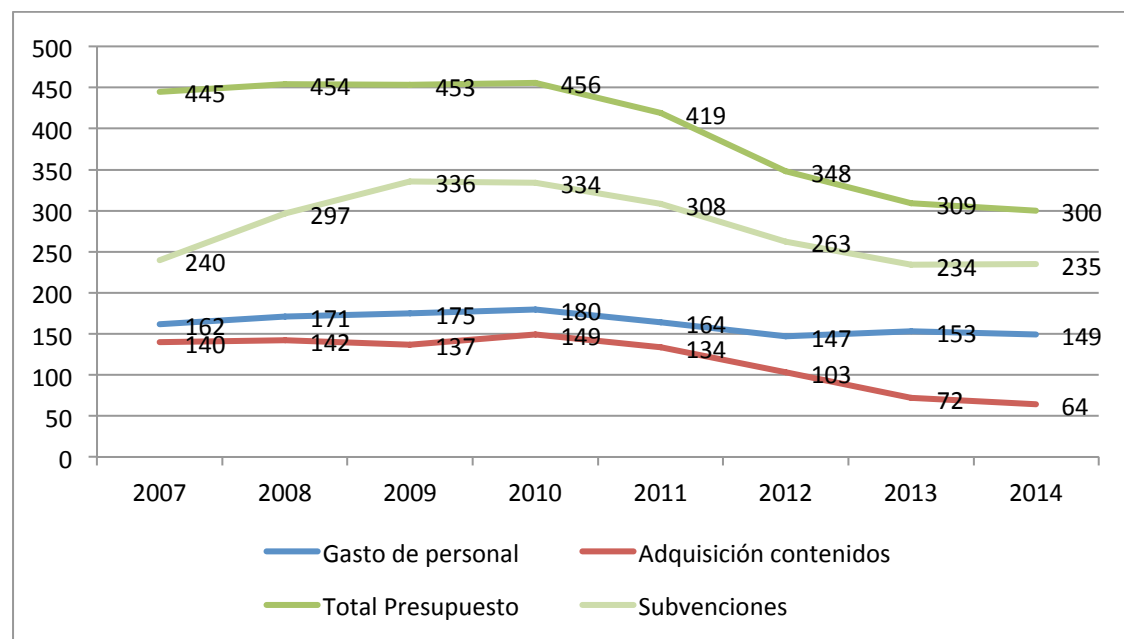
4. La crisis en las radiotelevisiones públicas de Euskadi y Cataluña

4.1. Crisis económica y evolución del presupuesto de la CCMA (2007-2014)

En el periodo 2007-2014, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha visto reducido su presupuesto en un tercio, pasando de los 445 millones de antes de la crisis a los 300 del último año contable cerrado (Gráfico 1).

El descenso no sería paralelo al estallido de la crisis, sino que se produciría a partir del año 2011, coincidiendo con el primer presupuesto gestionado por la nueva mayoría relativa de CiU en el Parlamento de Cataluña. El nuevo gobierno de Artur Mas apostó desde el primer momento por políticas de consolidación presupuestaria que se tradujeron en recortes notables en las subvenciones a la CCMA, que pasaron de los 335,6 millones de 2010 a los 235,1 de 2014. De esta manera, CiU acababa con la práctica del gobierno tripartito (PSC, ERC e ICV), que entre 2008 y 2010 aumentó las subvenciones para compensar las pérdidas de ingresos por publicidad.

Gráfico 1. Presupuesto anual de la CCMA y partidas de recursos humanos y adquisición de contenidos (en millones de euros) (2007-2014)



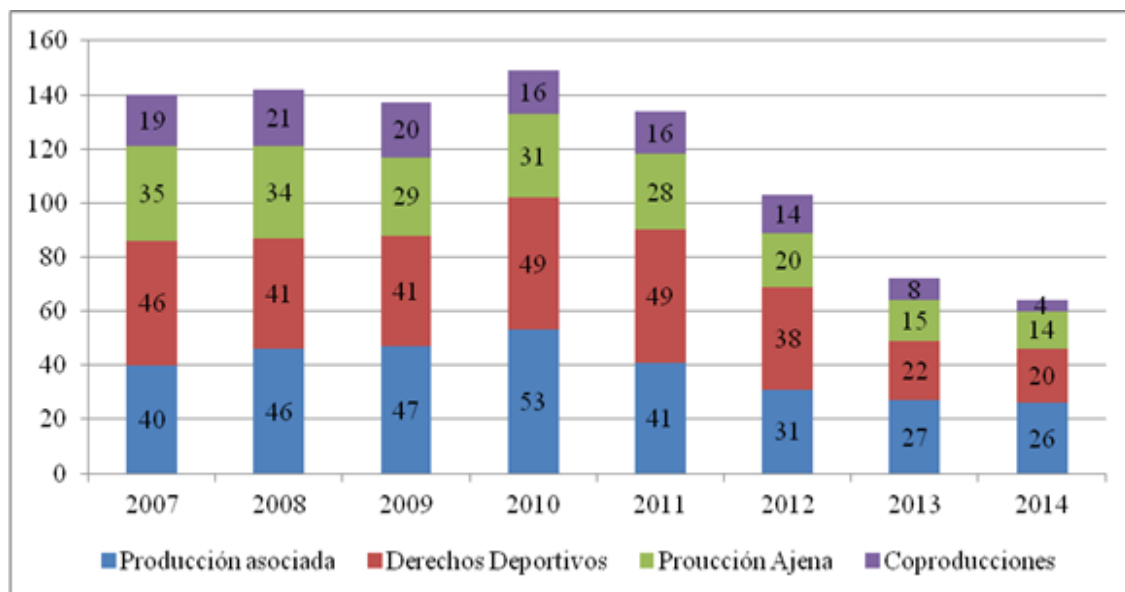
Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la CCMA.

Los planteamientos diferentes de los distintos gobiernos se tradujeron en comportamientos diferentes por parte de la CCMA a lo largo del periodo. Así, mientras las partidas de nóminas y contenidos tendieron a crecer entre 2007 y 2010, a partir de 2011 empezaron los recortes, en algún caso drásticos. El resultado es, a pesar de los crecimientos

⁴ El listado de personas entrevistadas aparece en el apartado de fuentes consultadas.

iniciales, un claro descenso de gastos e inversiones en el periodo 2007-2014. La partida destinada al pago de nóminas se redujo un 8%, mientras que la de adquisición de contenidos bajó un 54,3%. Así pues, la reducción de ingresos fue absorbida mayoritariamente por el lado de los contenidos. Ahora bien, cuando se analiza con detalle este apartado se observa que no todas las partidas han sufrido por igual (Gráfico 2). En términos absolutos, el mayor descenso corresponde a derechos deportivos (-26 millones) seguido de la producción ajena (-21), coproducciones (-15) y producción asociada (-14). En términos relativos fue el apartado de coproducciones (-78,9%) el más damnificado. Producción ajena bajó un 56,5%, deportes un 60% y asociada un 35%.

Gráfico 2. Inversiones de la CCMA en adquisiciones de contenidos por tipologías (en millones de euros) (2007-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la CCMA.

El Gráfico 2 muestra que los recortes no se aplicaron en un primer momento sobre todas las partidas: mientras algunas se mantienen estables e incluso crecen hasta 2010 o 2011, coproducciones inicia un descenso constante ya en 2010 para agudizarse a partir de 2013. En el caso de los deportes, las coproducciones y los contenidos ajenos, los recortes se llevaron a cabo renunciando a contenidos. En cambio, en producción asociada se optó por renegociar contratos con las productoras. Según Brauli Duart (2015), Presidente del Consejo de Administración de la CCMA desde 2012, no se quería renunciar a algunos de los contenidos estratégicos que aportaban estas productoras y que ocupaban lugares preferentes en el prime-time de TV3. Se consideró razonable renunciar a la Liga por sus escasos resultados de audiencia y se ha preservado la Champions League por sus buenas cuotas de pantalla.

Si se analiza el impacto sobre el sector de la producción catalán las cifras indican una reducción notable de recursos públicos disponibles. Al sumar las partidas donde se incluían los encargos y compras a las productoras locales⁵ (fundamentalmente coproducciones y producción asociada) se observa como la inversión ha caído de los 59 millones de 2007 a los

⁵ Si bien en producción ajena también se pueden incluir contenidos catalanes, la mayoría de las compras correspondían a series y películas provenientes de EE.UU y países de la UE (Duart, 2015).

30 de 2014. Especialmente duro fue el impacto sobre coproducciones, donde se concentra la inversión en cine, documentales y animación.

Estos recortes se produjeron en un contexto muy determinado. Por una parte, un cambio legal de 2012 impedía⁶ el déficit a las televisiones públicas autonómicas y locales. Por otra parte, la CCMA tuvo serios problemas para reducir el gasto en personal a pesar de haber reducido sueldos, haber pactado en 2014 un ERE muy problemático que comportará la salida de 273 personas hasta 2016 y una rescisión de contratos mercantiles y temporales que eleva hasta 645 la reducción prevista de efectivos hasta 2016 (CCMA, 2014). Dos sentencias judiciales anularon las reducciones de sueldo, obligando a devolver las partes no pagadas. Por su parte, el ERE fue menor de lo deseado por la dirección y los gastos asociados al proceso impidieron rebajar más la partida de nóminas. Para Duart (2015), impulsor de las políticas de ajuste más intensas, “la extrema rigidez del capítulo 1 del presupuesto, dedicado a personal, nos ha llevado a tener que recortar en encargos externos”, de manera que “lo que no se pudo recortar en sueldos se tuvo que recortar en contenidos”. Para Duart, esto era fundamental para estabilizar la empresa a corto y largo plazo, ya que la reducción de subvenciones “había venido para quedarse”.

De hecho, Duart anunció en febrero de 2015 que la CCMA dejaba de contratar nuevos productos y que renegociaba y rescindía contratos vigentes. Esto produjo una reacción nunca vista de PROA (principal federación de asociaciones del sector), que denunció que ello suponía “una parada técnica sin precedentes” que empeoraba la “extrema gravedad” en la que se encontraba el sector⁷. Por su parte, los trabajadores acusaron a Duart de ponerles “en contra de las productoras”⁸. Según la presidenta del comité de empresa de TVC, Roser Mercadé (2015), Duart había puesto a los trabajadores en el punto de mira al culpar del nuevo recorte a la sentencia que obligaba a devolver el sueldo recortado.

4.2. Crisis económica y evolución del presupuesto de EITB

La evolución muestra como es a partir de 2010 cuando comienza a producirse el descenso en los presupuestos de ETB, pero es entre los años 2012 y 2013 cuando se produce el descenso más acentuado que deja la inversión de contenidos prácticamente en la mitad de la que se realizaba otros años (Gráfico 3). A la caída de la subvención por parte del Gobierno Vasco se suma la espectacular bajada de ingresos de la televisión, por un lado los más importantes derivados de la crisis de la inversión publicitaria, pero también los ingresos que anteriormente se producían a partir de la venta de derechos y contenidos. La reducción de la inversión en contenidos también tiene como consecuencia la reducción de ingresos ya que como señala el gerente de EITB Jesús Elguezabal, la reducción de esa inversión “supone tener menos posibilidades de tener programas que puedan interesar a otros o de compartir con otras televisiones” (Elguezabal, 2014).

Paralelamente a esta bajada de inversión en contenidos se puede observar como el gasto en personal se mantiene bastante estable. Elguezabal reconoce que se trata de una partida “más rígida debido a que está totalmente condicionada al dimensionamiento de la plantilla” aunque también señala la importante reducción de empleo temporal y el esfuerzo en la reducción de salarios de la plantilla. Aunque partiendo de la defensa de un modelo de televisión pública, desde ambas asociaciones de productores de Euskadi se apunta a esta

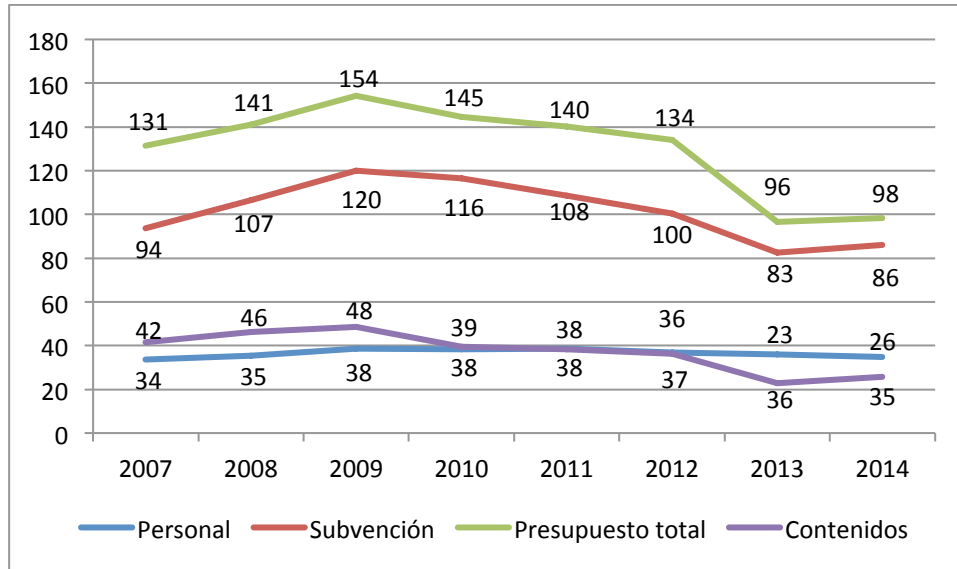
⁶ Ley 6/2012, de 1 de agosto, de modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos (BOE 184, de 2 de agosto de 2012).

⁷ <http://comunicacio21.cat/noticies-comunicacio21/110635-els-productors-alerten-de-la-greu-situacio-a-cause-de-l-aturada-de-projectes-per-part-de-tv3>

⁸ <http://comunicacio21.cat/noticies-comunicacio21/110662-els-treballadors-de-tv3-acusen-la-direccio-de-girar-los-en-contra-les-productores>

situación como uno de los problemas de la televisión vasca: “hay que replantearse el elemento presupuestario en una televisión pública. No puede ser eso de que estamos heredando el pasado” (Juárez, 2015).

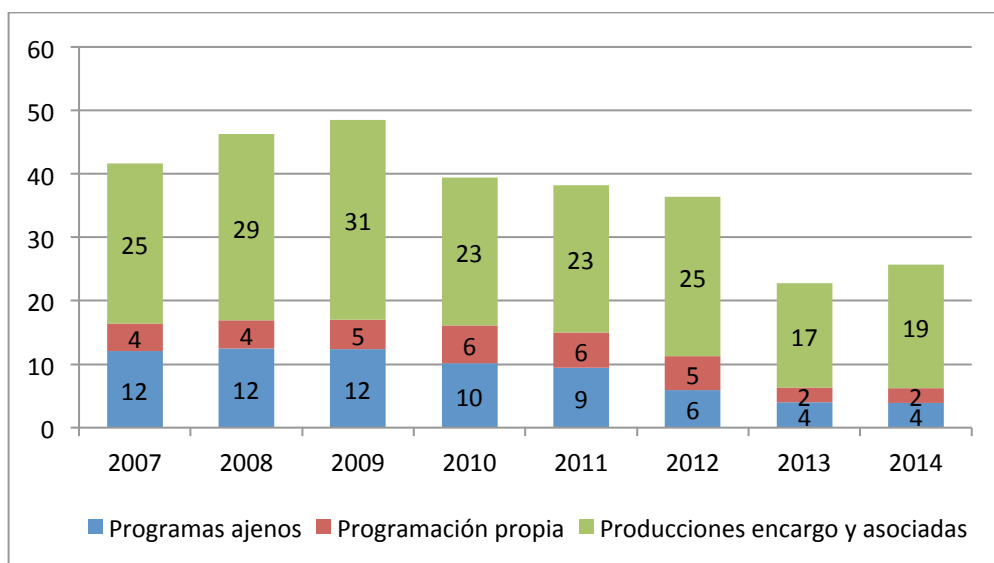
Gráfico 3. Evolución Principales partidas presupuestarias de ETB (2007-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de presupuestos generales del Gobierno Vasco.

Si nos centramos en aquellas partidas directamente destinadas a los contenidos de la parrilla se puede observar también una drástica reducción en todas las áreas. La inversión en derechos de emisión ajenos ha pasado de 12 a 3 millones de euros tras el abandono de las inversiones en los grandes acontecimientos deportivos y los derechos de producción propia han pasado prácticamente a la mitad. Sin embargo, la partida que más drásticamente se ha reducido ha sido la más vinculada a la producción local, la de producciones de encargo y asociadas que ha pasado de 31,5 millones de euros a 16,5 en 2013 y menos de 20 en 2014.

Gráfico 4. Inversión en programación de ETB (2007-2014) (en millones de euros)



Fuente: elaboración propia a partir de presupuestos generales del Gobierno Vasco.

Tal y como se reconoce en las memorias del ente esta reducción ha implicado tener que renunciar, o en el mejor de los casos reducir de manera muy notable formatos más ambiciosos de humor o ficción en los que la implicación de las productoras vascas ha sido tradicionalmente muy destacada. (EITB, 2013). El director de programación de ETB, señala en 2014, algunas de las consecuencias más importantes de estas reducciones:

“Ha influido en la oferta de géneros que podemos hacer en nuestros canales. En muchas franjas en las que antes podíamos competir, ahora tenemos que hacerlo con productos más baratos, en los que el nivel de ambición es menor. El género más caro que es la ficción es el más damnificado, tanto que en el caso de ETB2 no podemos abordar ningún proyecto de ficción, (...).capítulos de hora de otra serie y eso ya no se hace”. (Blanco, 2014).

En el caso de los derechos de emisión, por ejemplo, ETB ha pasado de retransmitir la Liga y la Champions a emitir únicamente resúmenes, con el impacto en términos de audiencia que eso ha supuesto especialmente para ETB1, el canal en el que se emitía la mayoría de los deportes. En la actualidad, las apuestas deportivas de ETB se centran en baloncesto, ciclismo y deportes vascos como pelota o regatas.

5. Las consecuencias de la crisis en el sector de la producción

5.1. Impacto de la crisis económica en el sector de la producción audiovisual en Cataluña

Desde el estallido de la crisis económica, el sector de la producción independiente en Cataluña se ha debilitado y ha perdido empresas y trabajadores. Los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) no dejan lugar a muchas dudas. Las empresas se han reducido un 8,3% entre 2008 y 2015. El descenso no es mayor porque durante el último año se produjo un ligero repunte. Arranca en 2010 con fuerza y sigue los siguientes años, especialmente entre 2012 y 2013. Esto muestra cierta correlación con los recortes en la CCMA apuntados en el apartado anterior.

Tabla 1. Empresas dedicadas a Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión en Cataluña (por subepígrafes del CNAE 591)

Año	Total	Postproducción cine, vídeo y TV	Exhibición cine	Producción cine y vídeo	Producción programas TV	Distribución cine y vídeo	Distribución programas TV
2008	1.620	170	144	979	99	203	25
2009	1.679	163	144	1.024	106	217	25
2010	1.599	138	140	1.016	79	215	11
2011	1.576	139	144	1.006	77	202	8
2012	1.558	130	139	1.005	80	197	7
2013	1.514	124	133	976	69	205	7
2014	1.476	130	127	955	61	196	7
2015	1.486	119	125	985	62	190	12
Var.	-8,3%	-30%	-13,2%	+0,6%	-34,7%	-6,4%	-52%

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el INE.

Si se analizan los dos tipos de actividad más vinculados a la televisión, el descenso es mucho mayor: como muestran las dos columnas sombreadas de la Tabla 1, el número de empresas dedicadas a la producción de programas ha caído un 34,7% y el de dedicadas a su distribución un 52%. También se observa que las empresas de postproducción de cine, vídeo y televisión se han reducido un 30%. Así, se puede afirmar que las tres actividades con un vínculo más o menos directo con la televisión son las que más han sufrido. Nuevamente, se puede observar una cierta correlación con los recortes de la CCMA, aunque es cierto que el descenso arranca el año de mayor inversión de la televisión pública (2010).

Tabla 2. Empresas dedicadas a Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión en Cataluña (por tramos de asalariados)

Asalariados	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	Variación
Sin asalariados	853	801	798	852	847	859	848	759	12,40%
1-2	352	390	422	391	394	391	450	475	-25,90%
3-5	115	110	118	120	133	133	152	141	-18,40%
6-9	43	43	42	56	64	65	69	76	-43,40%
10-19	66	63	68	70	74	85	95	84	-21,40%
20 -49	24	33	24	31	35	32	35	34	-29,40%
50-99	10	9	14	17	11	9	17	13	-23,10%
100-199	10	7	15	13	15	12	20	19	-47,40%
200-499	10	14	10	3	3	2	3	17	-41,20%
500-1000	2	1	1	1	1	1	1	2	0%
1000-4999	1	0	0	0	0	0	0	2	-50%
5000 o mas	0	0	0	0	0	0	0	0	--
Total	1.486	1.471	1.512	1.554	1.577	1.589	1.690	1.622	-8,40%

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

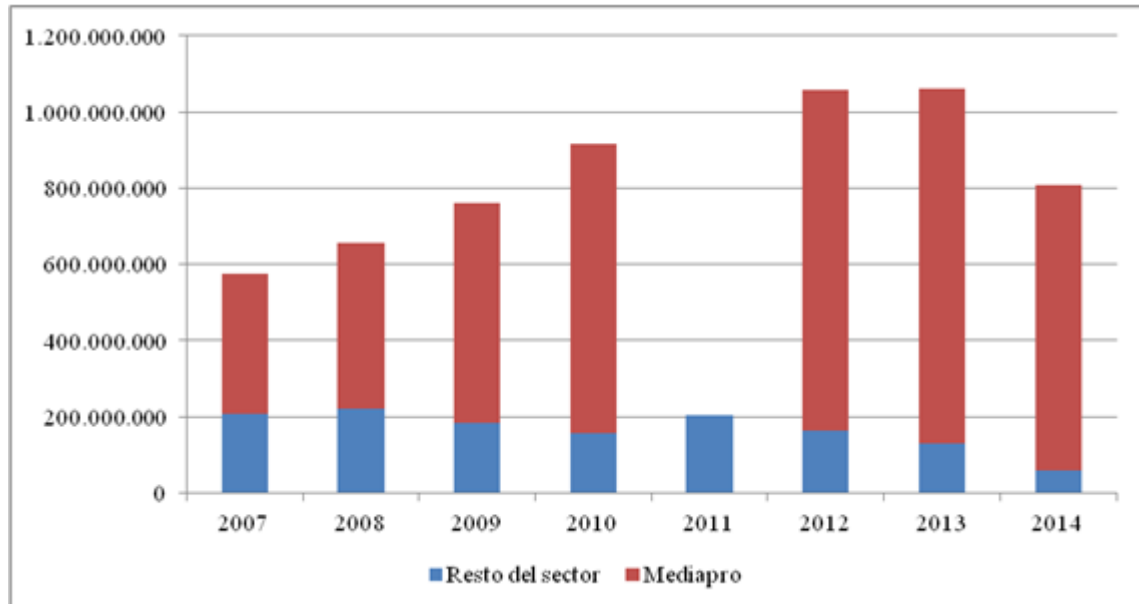
La crisis también ha afectado a la dimensión de las empresas. Como muestra la tabla 2, casi todas las categorías han perdido asalariados excepto las que tienen entre 500 y 1000, que no varían, y las empresas sin asalariados, que aumentan. Según representantes del sector (Masllorens, 2015) este incremento se explica en su mayoría por la conversión de trabajadores despedidos en pequeños empresarios autónomos. De hecho, el sector está cada vez más fragmentado en pequeñas compañías y tiende al crecimiento de las microempresas: aquellas con 5 o menos asalariados pasan de un 84,8% a un 88,9% del total.

Los datos disponibles en el registro mercantil permiten afinar un poco más el análisis. Agregando los datos disponibles de las empresas asociadas a PROA se puede observar como este grupo de empresas –con estrechos vínculos de producción con TV3 durante el periodo estudiado– muestran un comportamiento al menos en parte coherente con la política de gastos de la TV3. El Gráfico 5 muestra el total de facturación de esas empresas en el periodo estudiado. Se ha optado por diferenciar a Mediapro, ya que supone alrededor del 80% del total y sus resultados provocan que el global aumente ingresos a pesar de la crisis. Ahora bien, la barra azul muestra que, a pesar del rebote de 2011, la tendencia del resto del sector ha sido hacia menos ingresos.

Esta oscilación se ve con más claridad en el Gráfico 6, que muestra como la facturación media del sector excluida Mediapro baja a pesar del repunte de 2011. En este caso, la tendencia arranca ya con la crisis y se produce también en los años anteriores a 2010, cuando la CCMA estaba invirtiendo cantidades notables. Ahora bien, los descensos a partir de 2011 sí que correlacionan ligeramente con el comportamiento del ente. Si se toma como indicador el número de trabajadores de las asociadas a PROA, el aumento detectado en 2009

es difícilmente vinculable a mayores inversiones de la televisión pública. Ciertamente, los ligeros descensos posteriores sí muestran paralelismos, especialmente con los recortes más notables a partir de 2012. En cualquier caso, destaca la pérdida de lugares de trabajo entre 2009 y 2014 –siempre teniendo en cuenta sus limitaciones, ya que el número de empresas de las que se dispone de datos en 2014 es muy menor que el resto de los años–.

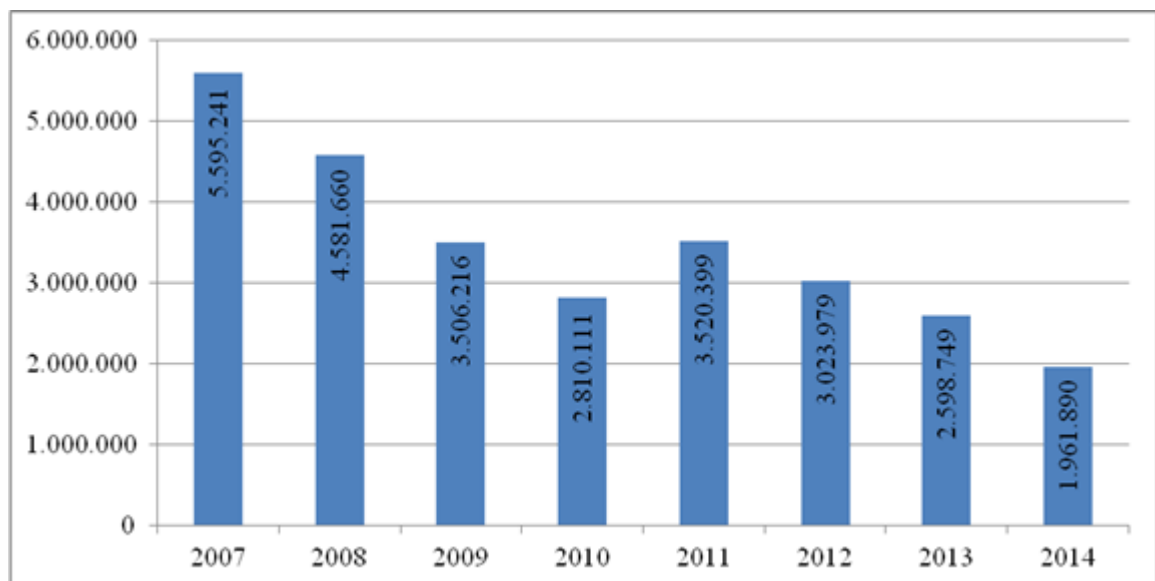
Gráfico 5. Facturación agregada de las productoras asociadas a PROA (2007-2014) (en euros)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Registro Mercantil disponibles en la base de datos SABI.

Nota: para 2011 no se dispone de los datos de facturación de Mediapro.

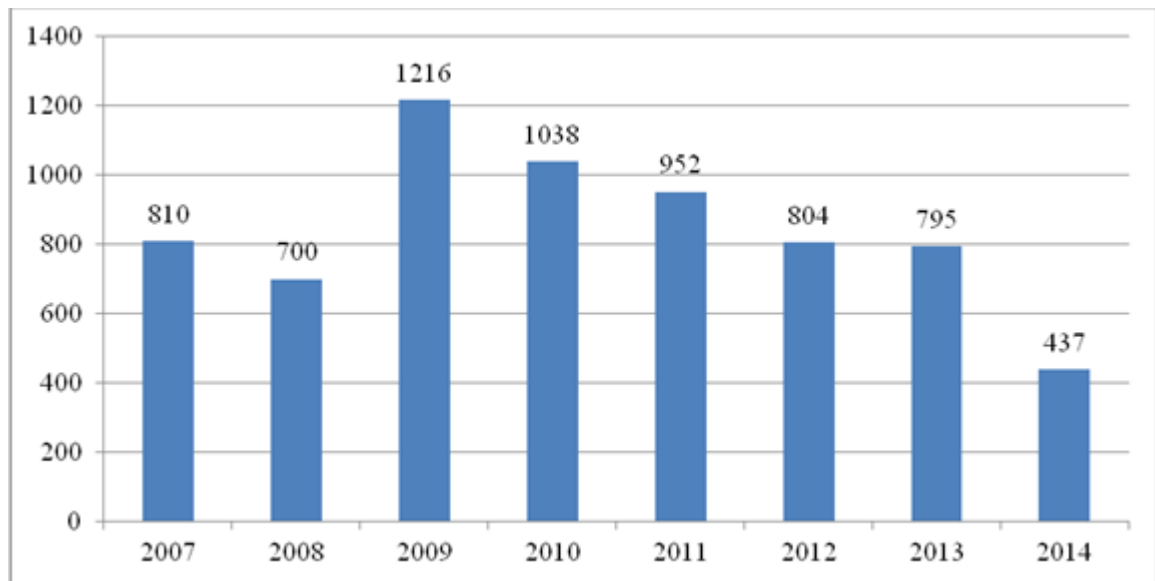
Gráfica 6. Facturación media de las empresas asociadas a PROA excepto Mediapro (2007-2014) (en euros)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del registro mercantil disponibles en la base de datos SABI.

Nota: La media se ha elaborado dividiendo la facturación total de las empresas de PROA de las que se dispone de datos en cada año dividido por el número de empresas de ese año. El número de empresas no es regular para todo el período ni se trata de las mismas en todos los años.

Gráfico 7. Trabajadores de las empresas asociadas a PROA (2007-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Registro Mercantil disponibles en la base de datos SABI.

A la hora de valorar estos datos, aparecen pocas dudas sobre que la reducción en la inversión de la CCMA ha tenido un impacto directo sobre el sector: todos los entrevistados para esta investigación (Duart, 2015; Guitart, 2015; Masllorens, 2015; Mercadé, 2015 y Sallent, 2015) coinciden en vincular directamente al menos una parte de la crisis del sector a los recortes de la CCMA. De hecho, hay un claro consenso a la hora de afirmar que, hasta la crisis, la televisión pública catalana ha sido un “motor de la industria” y “un cliente fundamental” –cuando no único, como en algunos casos–. Ahora bien, también es cierto que los representantes del Clúster del Audiovisual de Cataluña, Xavier Guitart (2015) y de PROA, Raimon Masllorens (2015) han apuntado a otros factores. La globalización del mercado audiovisual ha hecho mucho más dura la competencia y ha convertido la internacionalización en una estrategia necesaria para sobrevivir. Así mismo, los cambios en los hábitos de consumo de las audiencias ligados a las nuevas plataformas de distribución por internet han afectado a los ingresos debido a la piratería (Masllorens, 2015).

Más allá de este consenso sobre la CCMA como causa también de la crisis, los entrevistados muestran notables divergencias sobre su eventual papel para paliarla. Desde PROA se pide un modelo de televisión “más ligero”, sin tanta capacidad productiva. Masllorens (2015) sostiene que no se trata de despedir a toda la plantilla y apuesta por la capacidad del sector independiente para absorber trabajadores de TV3. El Presidente de la CCMA coincide en buena medida con el modelo más ligero y sostiene que “salvo los informativos, que son el pilar del servicio público, todo el resto de programación se puede analizar si tiene sentido hacerlo dentro de la casa”. Duart (2015) aboga, con cautela, por abrir un proceso negociado y progresivo de mayor externalización.

El posicionamiento del comité de empresa es el opuesto. Su presidenta, Roser Mercadé (2015) defiende el modelo vigente, con aproximadamente un 25%-35% de la producción externa. Esto siempre que esté asegurada la plena ocupación de los recursos internos y con un sistema transparente que fije anualmente el presupuesto destinado a compras. A su vez, defiende que “no se puede exigir que exista el mismo volumen de inversión ahora que antes de la crisis; todos, también los trabajadores, nos hemos apretado el cinturón”. Desde el clúster, Guitart (2015) defiende que “la CCMA no será la solución a la crisis que pasa parte del sector” y aboga por una mayor internalización y una mayor colaboración entre empresas

del sector. Al mismo tiempo, hace un llamamiento al sector público para su modernización y flexibilización.

5.2. *Impacto de la crisis económica en el sector de la producción audiovisual en Euskadi*

De forma paralela a lo que sucede con los presupuestos de ETB no es hasta los años 2010 o 2011 cuando comienza a mostrarse la crisis. Entre 2008 y 2010-11 todavía aumenta el número de empresas en algunos subepígrafes como es el caso de las actividades de producción o postproducción en el que todavía se observa un cierto aumento de empresas. En la mayoría de los casos estas cifras decaen en los últimos años, pero en algunas actividades como la producción de programas para televisión se observa un aumento ininterrumpido en contraste con el descenso del número de empresas productoras cinematográficas. En este caso la propia naturaleza de ambos tipos de productoras puede explicar estas cifras. Las productoras televisivas responden por norma general a una estructura más estable con un catálogo de proyectos más amplio y a desarrollar por periodos que pueden ser de varios años, mientras que las productoras estrictamente cinematográficas –dentro de un sistema como el de Euskadi– son en “muchos casos micropymes de uno o dos socios puesta en marcha exclusivamente para el desarrollo de un único proyecto” (Rotaeche, 2015).

Tabla 3. Empresas dedicadas a Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión en Euskadi (por subepígrafes del CNAE 591)

	Total	Postproduc- ción cine, vídeo y TV	Exhibición cine	Producción cine y vídeo	Producción programas TV	Distribución cine y vídeo	Distribución programas TV
2008	414	45	29	275	34	26	5
2009	459	49	28	312	39	24	7
2010	477	50	28	332	38	23	6
2011	488	44	29	347	38	25	5
2012	464	46	23	337	35	20	3
2013	449	47	29	323	34	16	.
2014	454	56	29	315	36	18	.
2015	452	59	33	298	44	16	2
Var. 08/15	9,2%	31,1%	13,8%	8,4%	29,4%	-38,5%	-60,0%

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el INE.

En cualquier caso si atendemos al número de empresas en función del número de empleados podemos ver cómo este aumento no tiene que significar forzosamente un fortalecimiento del sector. Así, en la siguiente gráfica se puede observar como los aumentos de número de empresas se producen casi exclusivamente en el tramo de empresas sin asalariados o con uno o dos empleados. Por su parte, el número de aquellas empresas con un cierto número de empleados experimenta notables descensos en todos los tramos. En la práctica esto implica la reducción de tamaño de empresas o su cierre y la aparición de profesionales que se incorporan al mercado tras el cierre o el despido de sus empresas. Desde EPE-APV, se señalan también las consecuencias que esto tiene para la calidad de las producciones: “empleo hay menos y su calidad es mucho menor, hemos pasado de ver estructuras supuestamente fijas a ver gente de *freelance*, se ve más un perfil amateur y eso es en detrimento de la producción” (Juárez, 2015). Al margen del problema de desempleo que muestran estas cifras es importante señalar las consecuencias que puede tener a nivel

estructural dentro de un sector que ya estaba de por sí muy atomizado y que necesitaba de empresas tractoras de mayor tamaño que pudiesen emprender estrategias de internacionalización con ciertas garantías.

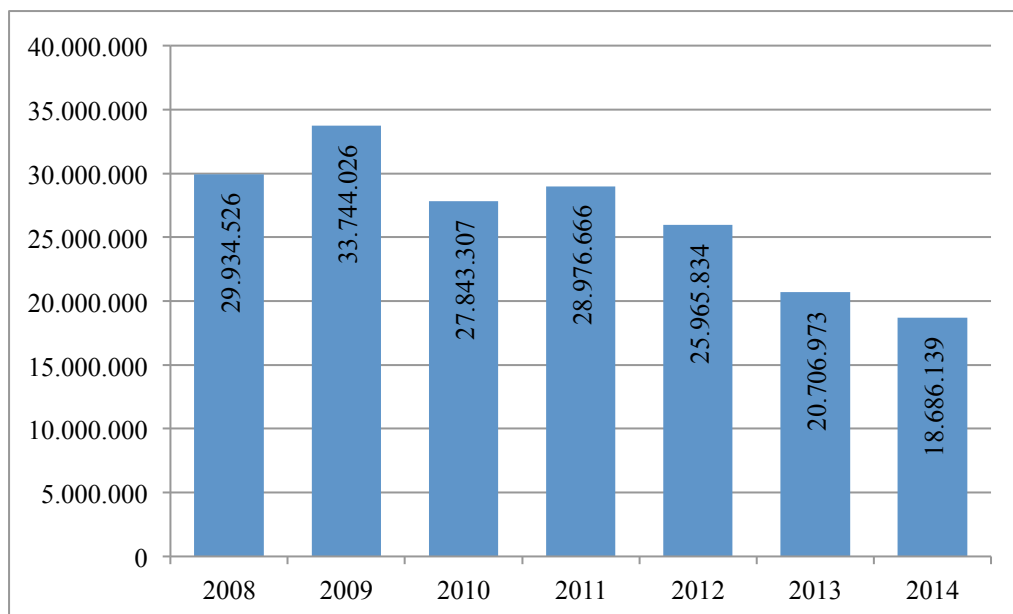
Tabla 4. Empresas dedicadas a Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión en Euskadi (por tramos de asalariados)

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	Var. 2008-2014
Total	452	459	475	463	428	419	408	
Sin asalariados	220	222	242	232	201	183	166	32,5%
De 1 a 2	162	155	127	136	129	136	128	26,5%
De 3 a 5	28	34	44	35	30	40	45	-37,7%
De 6 a 9	13	19	19	21	18	12	18	-27,7%
De 10 a 19	22	19	27	29	40	33	36	-38,8%
De 20 a 49	6	6	10	7	6	12	11	-45,4%
De 50 a 99	1	2	4	2	4	2	1	0
De 100 a 199	0	2	2	1	0	1	2	-100%
De 200 a 499	0	0	0	0	0	0	0	
De 500 a 999	0	0	0	0	0	0	0	-
De 1000 a 4999	0	0	0	0	0	0	1	-100%
De 5000 o más	0	0	0	0	0	0	0	
Total	904	918	950	926	856	838	816	10,8

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el INE.

Los datos de facturación (Gráfico 8) muestran bien a las claras las consecuencias de la reducción de la inversión de ETB. Aunque con un número de empresas similar el resultado es un sector con una facturación muy inferior a los años anteriores a la crisis. Durante este periodo la facturación media por empresa pasó de rondar el millón de euros en 2008 a los 650.000 euros en 2014.

Gráfico 8. Facturación productoras vascas (2008-2014) (en euros)

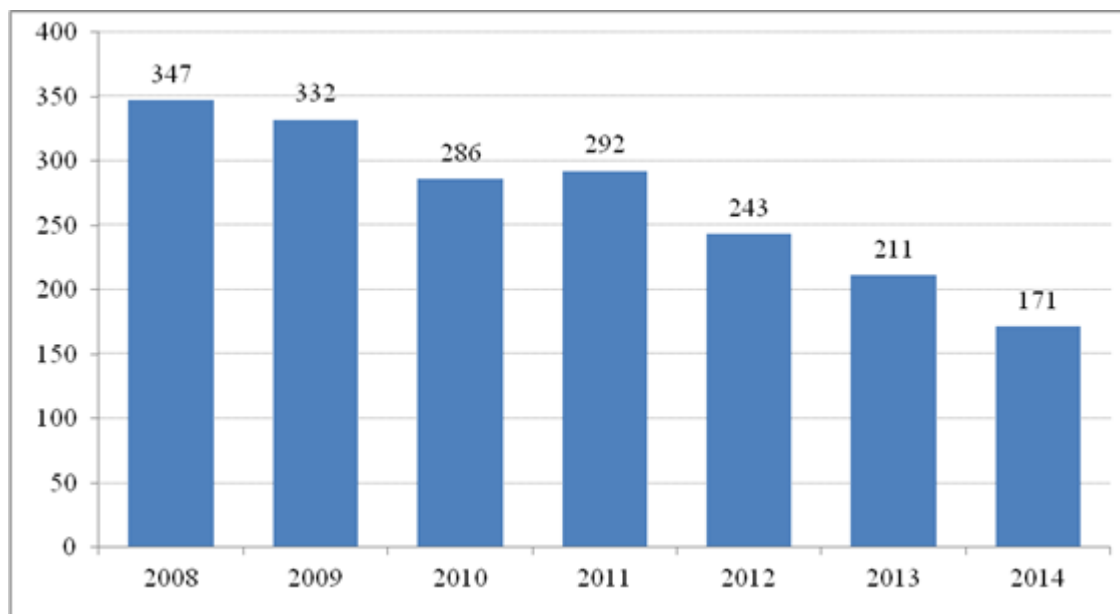


Fuente: elaboración propia a partir de datos del Registro Mercantil disponibles en la base de datos SABI.

En este caso desde IBAIA se vincula directamente este descenso a la reducción de la inversión de ETB: “La dependencia existe por todas y cada una de las empresas. Una televisión como la nuestra que no pueda producir ficción durante dos años porque no tienen recursos y lo que hace lo hace con unos presupuestos...que luego es imposible comercializar esa producción. Es imposible a los precios a los que se está contratando” (Rotaeché, 2015). Además hay que tener en cuenta que las consecuencias en la facturación van más allá de la mera compra de productos, para los productores audiovisuales resulta indispensable tener la referencia de una televisión cuando salen a vender sus obras al exterior: “Si no tienes un testeo de una televisión lo tienes muy difícil, sin tele no eres nadie. Es la tarjeta de presentación para cualquier festival” (Juárez, 2015).

En el caso del número de empleados (Gráfico 9), el descenso de personas contratadas en las productoras que forman parte de las dos asociaciones de productoras vascas es muy notable. De cerca de 350 empleados en 2008 a apenas 171 en 2014. En lo que se refiere a la media de empleados por empresa en este periodo pasa de 13 a 8⁹.

Gráfico 9. Empleados en productoras vascas (2008-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Registro Mercantil disponibles en la base de datos SABI.

Aunque el sector audiovisual valora positivamente los pasos que se habían dado en estas políticas hasta los años previos a la crisis, la situación actual es, a su juicio, el resultado de una falta de visión a largo plazo y de una verdadera apuesta estratégica por el sector que necesitará años para recuperar el nivel del que venía. Para Carlos Juárez “No ha existido nunca un camino a seguir en política cultural, se dan saltos aleatorios. Ha habido cosas concretas que han podido funcionar pero hay que seguir una hoja de ruta clara”. Mientras, desde Ibaia se habla de cómo “la apuesta por el sector cultural se ha ido descafeinando no sólo en el audiovisual” (Rotaeché, 2015).

En el terreno cinematográfico, se hace una valoración positiva de los últimos años en EITB pero también del papel de lo público en general: “Yo soy de los que opina que

⁹ La media se ha elaborado dividiendo la facturación total de las empresas de PROA de las que se dispone de datos en cada año dividido por el número de empresas de ese año. El número de empresas no es regular para todo el período ni se trata de las mismas en todos los años.

productos tipo *Loreak*, si no hubiese estado la televisión vasca no se hubieran hecho, *Magical girl*, sin TVE no se hubiera hecho, que Montxo Armendariz hiciera *Tasio* también se debe a la televisión pública, nadie lo hubiera hecho. Todas las películas de Buñuel si no tienen un elemento público no se hubieran hecho. Sería un drama cultural brutal que esas cosas no existieran y ese es el espacio público” (Juárez, 2015). En ese sentido se teme que, tras años de una cierta consolidación que ha dado sus frutos con el éxito de las últimas películas, la reducción de producción que se ha venido manteniendo los últimos años haga que “los equipos que han estado trabajando de manera estable quizás no puedan seguir haciéndolo y tengan que salir fuera” (Rotache, 2015).

En cualquier caso, si consideramos el alto grado de dependencia de las empresas vascas de ETB desde EPV-APV, también se llama a la autocritica: “El problema es cuando eres una empresa cautiva, cuando tienes una vinculación a un solo canal. A lo mejor no estamos haciendo cosas lo suficientemente interesantes para captar ese interés. Habría que plantearse fomentar de verdad el éxito, favorecer a la gente capaz. A veces no se ha hecho del todo bien. No es cuestión de que todo el mundo vale” (Juárez, 2015).

6. Conclusiones

La crisis económica general y la financiera que sufren las administraciones públicas desde 2008 han comportado una reducción notable de los ingresos de las radiotelevisiones autonómicas tanto por la vía de la publicidad como de las subvenciones, especialmente a partir de 2011. Esto se ha traducido en una política de ajustes en el gasto que ha tenido especial impacto en la compra de contenidos a empresas independientes. Si bien también se ha recortado en el ámbito de los recursos humanos, las cifras disponibles muestran claramente que han sido los contenidos de producción ajena los que han sufrido los mayores recortes. Según los responsables de la CCMA han sido los contenidos considerados menos estratégicos (Liga de Fútbol y coproducciones) las que más han sufrido los recortes, en muchos casos con la rescisión de contratos. En cambio, la producción asociada ha visto reducir los precios que se pagaban por las producciones, que la televisión pública ha querido mantener por ser productos estratégicos, muchos de ellos emitidos en el prime-time. En el caso de ETB además de la pérdida de estos derechos se han sustituido buena parte de los productos de ficción por otros más económicos como los *realities* o los *talk-shows*.

En la línea de trabajos anteriores hay un amplio consenso en el sector sobre el alto nivel de dependencia de los sectores audiovisuales vasco y catalán de sus respectivas televisiones autonómicas. En ambos casos además se cuestiona el modelo de radiotelevisión pública vigente por su falta de flexibilidad y se apunta a la necesidad de una mayor participación de sector privado.

Aunque se da una gran diferencia de volumen entre el sector audiovisual catalán y el vasco a favor del primero, se observan tendencias comunes en ambos casos como consecuencia de la reducción de inversión en el sector por parte de las televisiones autonómicas. Si bien en el caso vasco no se produce el descenso en el número de empresas que se da en el catalán en ambos casos el único aumento de empresas se da empresas sin trabajadores o con uno o dos trabajadores. En cualquier caso hay que tener en cuenta aunque las sociedades se mantengan su actividad puede ser nula o muy escasa. La facturación y el número de empleados descienden de manera significativa en ambos casos. Las cifras muestran una reducción de 1000 puestos de trabajo directos en productoras audiovisuales entre 2008 y 2014 y un descenso en la facturación en torno a los 200 millones de euros (excluyendo Mediapro).

A pesar de estas líneas comunes se muestran grados de reactividad diferentes al comportamiento del ente público. Así, mientras en el caso vasco todos los indicadores

menos el de número de empresas muestra correlaciones (casi) directas con los recursos que destina EITB a la producción local, en Cataluña esa correlación es menos intensa e incluso en algunos años e indicadores es contradictoria. Esto se podría explicar por la propia dimensión del sector catalán (mucho más numeroso que el vasco) y por las dimensiones de sus empresas (mucho mayores y en algunos casos multinacionales del sector).

La política de recortes ha hecho emerger un debate sobre la dimensión de las televisiones autonómicas, y en concreto, de su plantilla y de su capacidad de producción. Así, parece claro que tanto el sector de la producción independiente como la actual dirección de la CCMA coinciden en la necesidad de externalizar la producción, tanto para ayudar al desarrollo del sector como para capturar talento exterior y agilizar el modelo de producción y gestión. Ahora bien, la situación generada por la crisis también ha hecho aparecer otra cuestión en el caso de la producción catalana: la (excesiva) dependencia de parte de las productoras independientes de los contratos con la CCMA. Diversas voces del sector advierten del riesgo que podría suponer el convertir a la CCMA en la única salida a la evidente crisis que vive el sector. En un mundo cada vez más globalizado y con cada vez más plataformas de distribución y consumo de contenidos audiovisuales, la innovación y la internacionalización aparecen como estrategias casi ineludibles. En el caso de Euskadi sin embargo, aunque son muchas las voces que señalan también en esta dirección de internacionalización las perspectivas de emprender proyectos fuera del manto de ETB son realmente pequeñas dada la limitada envergadura de la gran mayoría de las productoras audiovisuales vascas.

Referencias

Fuentes personales

- Blanco, José Luis (2014). Director-gerente de EITB. Entrevista personal. Bilbao, 10 de diciembre.
- Duart, Brauli (2015). Presidente del Consejo de Administración de la CCMA. Entrevista personal. Barcelona, 8 de septiembre.
- Elgueababal, Jesús (2014). Director-gerente de EITB. Entrevista personal .Bilbao, 10 de diciembre.
- Guitart, Xavier (2015). President del Clúster de l'Audiovisual de Catalunya. Entrevista personal. Barcelona, 15 de julio.
- Juárez, Carlos (2015). Presidente de EPE-APV. Entrevista personal. Bilbao, 14 de octubre.
- Masllorens, Raimon (2015). Presidente de Productors Audiovisuals Federats (PROA). Entrevista personal. Barcelona, 20 de julio.
- Mena, Itziar (2015) Directora del EIKEN, Cluster audiovisual del País Vasco. Entrevista personal. Bilbao, 10 de septiembre.
- Mercadé, Roser (2015). Presidenta del Comité de Empresa de Televisió de Catalunya (TVC). Entrevista personal. Sant Joan Despí (Barcelona), 23 de julio.
- Rotaetche, Ignacio (2015). Gerente de IBAIA. Entrevista personal. Donostia, 20 de octubre.
- Sallent, Eugeni (2015). Director de Televisió de Catalunya (TVC). Entrevista personal. Sant Joan Despí (Barcelona), 4 de octubre.

Referencias bibliográficas

- Campos Freire, F. (2012). Modelos de financiación de las televisiones autonómicas. In J.C. Miguel de Bustos & M.A. Casado del Río (Eds.), *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad* (pp. 143–172). Barcelona: Gedisa.
- Casado del Río, M.A. (2012). Las televisiones autonómicas y la producción audiovisual local: balance desigual de una alianza necesaria. In J.C. Miguel de Bustos & M.A. Casado del Río (Eds.), *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad* (pp. 201–222). Barcelona: Gedisa.
- Department for Culture Media and Sport. (2009). Digital Britain. Final Report.
- Donders, K. & Raats, T. (2015). From Public Service Media Organisations to De-centralised Public Service for the Media Sector: A Comparative Analysis of Opportunities and Disadvantages. *Javnost - The Public* 22(2), 145–163.
<http://doi.org/10.1080/13183222.2015.1041227>
- European Broadcasting Union. (2014). Governance principles for public service.
- Evans, G. (2009). Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. *Urban Studies* (Vol. 46).
<http://doi.org/10.1177/0042098009103853>
- FAPAE. (2013). Memoria FAPAE 2012. Retrieved from
www.bcrp.gob.pe/publicaciones/memoria-anual/memoria-2012.html
- Fernández Soriano, E. (1999). *Canal Sur, una televisión regional en Europa*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Fernández-Quijada, D. (2008). Observatori: La producció independent de televisió a Catalunya davant d'un mercat canviant. *Quaderns Del CAC* 30, 91–101. Retrieved from
http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q30_FernandezQuijada.pdf
- Fernández-Quijada, D. (2009). Producción independiente de televisión en Andalucía. aproximación a la estructura de un sector desconocido. *Ámbitos* 2009(18), 191–209. Retrieved from <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos18/13fernandez.pdf>
- Fernández-Quijada, D. (2010). La industria de producción televisiva independiente en el País Vasco: retos y perspectivas ante la transición digital. *Ær.Revista de Estudios de Comunicación* 15(28), 65–83.
- Florida, R.L. (2002). *The Rise of the Creative Class: And how It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* (Vol. 3). New York: Basic Books.
- Florida, R.L. (2005). *Cities and the Creative Class*. London: Routledge.
- Forn, J.M. (1989). El cinema en la indústria audiovisual a Catalunya. In D.E. Jones & J.M. Corbella (Eds.), *La indústria audiovisual de ficció a Catalunya. Producció i comercialització* (pp. 34–44). Barcelona: Centre d'investigació de la Generalitat-Departament de la Presidència.
- Garnham, N. (2011). De las industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicaciones en el Reino Unido. In E. Bustamante (Ed.), *Industrias Creativas. Amenazas sobre la cultura digital* (pp. 21–48). Barcelona: Gedisa.
- Guimerà, J.A. & Blasco Gil, J.J. (2012). La formación histórica del sistema televisivo autonómico público en España (1982–2011). In J.C. Miguel de Bustos & M.A. Casado del Río (Eds.), *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad* (pp. 33–57). Barcelona: Gedisa.
- Hibberd, L.A. (2008). Creative Industries Policy and Practice: A Study of BBC Scotland and Scottish Screen Lynne Alison Hibberd BA (Hons), MPhil Submitted in fulfilment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy University of Glasgow Faculty of Arts and Humanities. University of Glasgow.

- Manero, C.B. & Oribe Serrano, V. (2013). *Factores de desarrollo de las televisiones autonómicas públicas desde las percepciones de los grupos de interés : el caso de Aragón Televisión*, 23, 1–14.
- Marzal Felici, J. (2015). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI: nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Marzal Felici, J.J., Izquierdo Castillo, J. & Casero Ripollés, A. (2015). *La crisis de la televisión pública : el caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Miguel de Bustos, J.C. & Casado del Río, M.A. (2015). La crisis de la televisión pública autonómica. In J. Marzal Felici, J. Izquierdo & A. Casero Ripollés (Eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de la nueva gobernanza* (pp. 61–78). Barcelona: Colección Aldea Global. Universidad Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra y Universidad de Valencia.
- Noonan, C. (2012). The BBC and decentralisation: the pilgrimage to Manchester. *International Journal of Cultural Policy* 18(4), 363–377.
<http://doi.org/10.1080/10286632.2011.598516>
- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg*. Eumo: Vic.
- Turner, S. & Lourenco, A. (2011). Competition and public service broadcasting: stimulating creativity or servicing capital? *Socio-Economic Review* 10(3), 497–523.
<http://doi.org/10.1093/ser/mwro22>
- Vacas, F. (2001). La producción audiovisual en Extremadura Artículo Resumen. *ZER* 11.